

ขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (TOR)
โครงการจัดงานแสดงและจำหน่ายผลไม้เมืองร้อนโลก (World Tropical Fruit Festival)

๑. หลักการและเหตุผล

๑.๑ คณะรัฐมนตรีได้มีมติในการประชุมเมื่อวันที่ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๕๘ อนุมัติหลักการยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ.๒๕๕๘ - ๒๕๖๒ ตามที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้เสนอ โดยในยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ฯ ดังกล่าว ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ ๕ ด้าน ได้แก่ ๑) การบริหารจัดการผลผลิต ๒) การบริหารจัดการการตลาด ๓) การวิจัยและพัฒนา ๔) การพัฒนาองค์กรและเกษตรกร ๕) การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ

๑.๒ ตามยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยฯ ข้างต้น กระทรวงพาณิชย์เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการการตลาด กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายในจึงได้ดำเนินการร่วมกับสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยในการจัดทำยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจร เสนอต่อคณะรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรีได้มีมติในการประชุมเมื่อวันที่ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑ รับทราบยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจรตามที่กระทรวงพาณิชย์เสนอ

ทั้งนี้ ภายใต้ยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจร ได้กำหนดในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒) สร้างและพัฒนาช่องทางการจำหน่ายและกระจายผลไม้ไทยให้มีการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔) ประชาสัมพันธ์สินค้าผลไม้เมืองร้อนของไทยให้เป็นที่ต้องการของตลาด โดยมีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาให้ไทยเป็นผู้นำด้านการผลิตผลไม้เมืองร้อนสดและแปรรูป และประชาสัมพันธ์สินค้าผลไม้เมืองร้อนของไทยเป็นที่รู้จักในประเทศเป้าหมาย ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาระบบการค้าผลไม้เป็นระบบครบวงจร เกิดการเชื่อมโยงระหว่างห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง ทั้งในแนวระนาบและแนวตั้ง และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าผลไม้เมืองร้อนของไทยได้อย่างมีนัยสำคัญ กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายใน จึงจำเป็นต้องดำเนินการจัดงานเทศกาลแสดงและจำหน่ายผลไม้เมืองร้อนโลก (World Tropical Fruit Festival) เพื่อประกาศจุดยืน (Positioning) ของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางด้านการค้าผลไม้เมืองร้อนของโลก ซึ่งจะส่งผลให้อุตสาหกรรมการค้าผลไม้เมืองร้อนของไทยเกิดการขยายตัว เป็นแหล่งอ้างอิงด้านการค้าของอุตสาหกรรมผลไม้เมืองร้อนโลก ในมิติด้านคุณภาพและราคา อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าการค้าผลไม้ของไทยได้อีกทางหนึ่ง

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าผลไม้เมืองร้อนของไทยให้เป็นที่ต้องการของตลาด

๒.๒ เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการผลิตและการค้าผลไม้เมืองร้อนสดและแปรรูปของโลก

๒.๓ ประชาสัมพันธ์กระตุ้นให้เกิดกระแสและค่านิยมการบริโภคผลไม้เมืองร้อนในกลุ่มประชาชนไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ

(๑) ประธาน..... *พร* (๒) กรรมการ..... *นิส* (๓) กรรมการ..... *จมาจว*
(๔) กรรมการ..... *ธนากร อ* (๕) กรรมการ..... *พ.ณ*

๓. เป้าหมาย/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๓.๑ สินค้าเป้าหมาย : สินค้าผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น สับปะรด ทุเรียน มังคุด ลำไย เงาะ ลิ้นจี่ ลองกอง เป็นต้น

๓.๒ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย : เกษตรกร สถาบันเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร ผู้ประกอบการค้า และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การค้าและการแปรรูปสินค้าเกษตร ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

๔. วิธีดำเนินการ

จัดจ้างเอกชนดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงาน โดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding)

๕. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา/ผู้รับจ้าง

๕.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๕.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๕.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๕.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๕.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๕.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๕.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๕.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมการค้าภายใน ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๕.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๕.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลางตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๕.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๕.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

(๑) ประธาน..... *hr* (๒) กรรมการ..... *hr* (๓) กรรมการ..... *hr*
(๔) กรรมการ..... *hr* (๕) กรรมการ..... *hr*

๕.๑๓ ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างจัดงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ตามประกาศประกวดราคา อิเล็กทรอนิกส์กำหนด

๕.๑๔ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมงานแสดงสินค้าและงานประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ และออนไลน์ ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สิบล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชน โดยผลงานจะต้องมีระยะเวลาตั้งแต่ปี ๒๕๕๕ เป็นต้นมา เพื่อใช้แสดงประกอบการพิจารณา ทั้งนี้ กรรมการค้าภายในสงวนสิทธิที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยต้องแสดงหลักฐาน ประสบการณ์การปฏิบัติงานที่ผ่านมา เช่น หนังสือรับรองผลการปฏิบัติงานจากหน่วยงานหรือสำเนาสัญญาจ้าง ที่ใช้เป็นผลงานดังกล่าว

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

๖.๑ ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอแนวคิด (Theme) แนวทางการดำเนินงาน แผนการปฏิบัติงานและรูปแบบงาน ทั้งในส่วนของโครงสร้างและกิจกรรมให้สอดคล้องกับโครงการฯ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ แนวคิดและรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ทุกสื่อ แนวคิดการออกแบบและผลิตสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ ทั้งในส่วนของ ข้อมูล เนื้อหา สคริปต์ อาร์ตเวิร์ก โดยมีตราสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องตามที่กรรมการค้าภายในกำหนด ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสื่อที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย แผนการดำเนินงานในภาพรวม แผนการเผยแพร่สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Media Plan) แผนงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ ตลอดจนกิจกรรมแกล้งข่าว สำหรับการดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๖.๒ - ๖.๕

๖.๒ จัดงานเทศกาลแสดงและจำหน่ายผลไม้เมืองร้อนโลก (World Tropical Fruit Festival) ภายในช่วงเดือนเมษายน - กรกฎาคม ๒๕๖๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ วัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๖.๒.๑ จัดหาพื้นที่การจัดงานที่เป็นสถานที่ชุมชน ท้องเที่ยว ซึ่งต้องมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยมีขนาดพื้นที่การจัดงานไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐ ตร.ม. และสามารถให้เช่าแก๊สได้อย่างปลอดภัย

๖.๒.๒ ออกแบบและวางผังงาน พร้อมทั้งตกแต่งบรรยากาศบริเวณโดยรอบ ออกแบบโครงสร้างให้มีความแข็งแรง สามารถกันลม และพายุฝน โดยมีสถาปนิกและวิศวกรรับรอง รวมถึงจัดหาอุปกรณ์และตกแต่งพื้นที่ให้มีความสวยงามและเหมาะสมสอดคล้องกับแนวคิดการจัดงานและกิจกรรมภายในงาน และรื้อถอนโครงสร้างอุปกรณ์การจัดงาน และปรับปรุงพื้นที่หลังการจัดงานให้อยู่ในสภาพที่เรียบร้อยเหมือนเดิม

๖.๒.๓ จัดให้มีเวทีการแสดงจำนวนไม่น้อยกว่า ๑ เวที ขนาดไม่น้อยกว่า ๔x๖ เมตร หรือไม่น้อยกว่า ๒x๔ ตร.ม. ที่มีความแข็งแรง ตกแต่ง พร้อมติดตั้งระบบแสงสีเสียง และอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้บนเวทีให้สามารถรองรับกิจกรรมต่างๆ บนเวทีได้

๖.๒.๔ ติดตั้งระบบเครื่องเสียงและเครื่องขยายเสียงให้เพียงพอและทั่วถึงพื้นที่การจัดงาน

๖.๒.๕ ออกแบบและติดตั้งซุ้มทางเข้างาน (Archway) จำนวน ๒ จุด ขนาดไม่น้อยกว่า ๕x๔ เมตร ให้มีความแข็งแรง สวยงามและเข้ากับรูปแบบการจัดงาน รวมทั้งจุดถ่ายภาพ (Landmark) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด

(๑) ประธาน..... *หจ* (๒) กรรมการ..... *หจ* (๓) กรรมการ..... *จ/ทอ๑๒*
(๔) กรรมการ..... *สนอส จ.* (๕) กรรมการ..... *น.ค.*

๖.๒.๖ ออกแบบและจัดทำ Directory Board ประกอบด้วย ผังการจัดงาน และตารางกิจกรรม ขนาดไม่น้อยกว่า ๑.๒x๒.๔ เมตร โดยผลิตจากวัสดุที่แข็งแรง พร้อมติดตั้งในบริเวณงานให้ผู้ร่วมงานสามารถมองเห็นได้ชัดเจนและเหมาะสม จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ จุด

๖.๒.๗ จัดหาผู้ดำเนินรายการสำหรับบริเวณพื้นที่จัดกิจกรรม ที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน ตลอดการจัดงาน

๖.๒.๘ จัดหาพิธีกรภาคสนาม ที่มีประสบการณ์จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน

๖.๒.๙ จัดให้มีจิวเวอรี่ทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ จุด

๖.๒.๑๐ จัดให้มีการแสดงเพื่อความบันเทิงกับผู้ร่วมงานตลอดระยะเวลาการจัดงาน วันละไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง

๖.๒.๑๑ จัดให้มีจุดประชาสัมพันธ์ พร้อมเจ้าหน้าที่ ไม่น้อยกว่า ๒ จุด

๖.๒.๑๒ มีการออกแบบและจัดเตรียมพื้นที่และจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า ดังนี้

๑) จัดให้มีพื้นที่สำหรับและจัดหาผู้ประกอบการออกร้านและจำหน่ายผลไม้สด โดยผลไม้ทั้งหมดต้องเป็นผลไม้เมืองร้อนไทย (Tropical Fruit) ไม่น้อยกว่า ๒๐ คูหา โดยมีผลไม้ไม่น้อยกว่า ๑๐ ชนิด

๒) จัดให้มีพื้นที่สำหรับและจัดหาผู้ประกอบการดำเนินการจัดร้านค้าจำหน่ายบุฟเฟต์ผลไม้ ไม่น้อยกว่า ๑ จุด และจะต้องมีจำนวนผลไม้ไม่น้อยกว่า ๓ ชนิด โดยมีรายการผลไม้สดหรือแปรรูป อาทิ ทูเรียน มังคุด มะพร้าว เป็นต้น

๓) จัดให้มีพื้นที่สำหรับและจัดหาผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารหวานที่มีผลไม้เป็นส่วนประกอบ ไม่น้อยกว่า ๑๐ เมนู โดยเชฟที่จบจากสถาบันการศึกษาด้านอาหารที่ได้รับรองจากประเทศอเมริกา หรือยุโรปที่มีชื่อเสียง และเป็นเชฟที่มีประสบการณ์เป็นผู้สอนในสถาบันการศึกษาด้านอาหารหรือด้านที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน นอกจากนี้เชฟจะต้องคิดค้นสูตรอาหารหวานที่มีผลไม้เป็นส่วนประกอบขึ้นสำหรับจำหน่ายเฉพาะภายในงานผลไม้เมืองร้อนโลก รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๓ เมนู

๔) จัดให้มีพื้นที่สำหรับและจัดหาผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารคาวที่มีส่วนผสมของผลไม้ ไม่น้อยกว่า ๕ เมนู โดยร้านค้าที่เข้าร่วมดำเนินกิจกรรมในเขตพื้นที่ย่อย (โซน) นี้จะต้องจำหน่ายอาหารประเภท Street Food ไม่น้อยกว่า ๓๐ ร้านค้า โดยจะต้องมีร้านอาหาร Street Food ระดับมิชลิน อย่างน้อย ๓ ร้าน

๕) จัดให้มีพื้นที่สำหรับและจัดหาผู้ดำเนินการจัดแสดงจำลองสวนผลไม้ ไม่น้อยกว่า ๑ จุด หรือ ๑ สวน โดยจัดผลไม้ให้ผู้เข้าชมงานได้ทดลองชิม

๖) จัดให้มีพื้นที่และจัดหาผู้ประกอบการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าผลไม้เมืองร้อน (Pavilion) ของประเทศไทยและสินค้าผลไม้เมืองร้อนที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า ๕ ชนิด

๗) จัดให้มีพื้นที่สำหรับการแสดงนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลไม้เมืองร้อน ไม่น้อยกว่า ๓ นวัตกรรม

๘) จัดให้มีพื้นที่สำหรับแสดงผลงานของกระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานต่างๆ ไม่น้อยกว่า ๘ คูหา โดยมีขนาดพื้นที่คูหาละไม่น้อยกว่า ๒ x ๒ ตารางเมตร

(๑) ประธาน..... Wcr (๒) กรรมการ..... Amr (๓) กรรมการ..... จกบอจ
(๔) กรรมการ..... Shor qj (๕) กรรมการ..... ทง

๙) จัดกิจกรรม Workshop ที่เกี่ยวข้องกับผลไม้ เช่น การสาธิตการทำอาหารคาว/หวาน จากผลไม้ หรือ การจัดช่อดอกไม้จากผลไม้ และกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจัดเตรียมอุปกรณ์ วัสดุดิบให้ เพียงพอตลอดการจัดงาน

๑๐) จัดกิจกรรมการประกวดทูตผลไม้เมืองร้อนโลก (World Tropical Fruit Ambassador) หรือกิจกรรมอื่นใดที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อเป็นตัวแทนในการประชาสัมพันธ์ผลไม้เมืองร้อน ของประเทศให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

๑๑) จัดให้มีพื้นที่เจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการ และเกษตรกร โดยจัดเตรียมโต๊ะ เก้าอี้ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชุด และมีพื้นที่ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๖ ตารางเมตร

๖.๒.๑๓ ระบบสาธารณูปโภคและการให้บริการภายในงาน

๑) จัดเจ้าหน้าที่ตำรวจปฏิบัติงานและเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยและระงับเหตุ ภายในงาน รวมถึงอำนวยความสะดวกด้านการจราจร จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๐ คน ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

๒) จัดระบบป้องกันอัคคีภัย หรือเตรียมถังดับเพลิงขนาด ๑๕ ปอนด์ จำนวนให้เพียงพอ โดยกระจายทั่วบริเวณงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ถัง

๓) จัดพื้นที่จุดปฐมพยาบาลพร้อมเจ้าหน้าที่ อย่างน้อย ๑ จุด ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

๔) จัดเตรียมแผงเหล็กสำหรับปิดกั้นพื้นที่สำคัญให้เพียงพอและเหมาะสม

๕) จัดเตรียมพื้นที่รวบรวมขยะจุดล้างภาชนะ โดยติดตั้งอ่างซักล้างพร้อมบ่อดักไขมัน (ชั่วคราว) ที่ได้มาตรฐาน

๖) จัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาดตลอดการจัดงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ คน

๗) ติดตั้งระบบไฟฟ้าและดวงไฟส่องสว่าง ให้เพียงพอและทั่วถึงพื้นที่การจัดงานตลอด ระยะเวลาการจัดงาน

๖.๒.๑๔ จัดทำประกันอุบัติเหตุให้แก่ผู้เข้าร่วมงานทุกคนและฝ่ายผู้ว่าจ้างโดยมีวงเงินคุ้มครองไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ต่องาน และระยะเวลาการคุ้มครองให้ครอบคลุมระยะเวลาการติดตั้ง การจัดงาน และการรื้อถอน

๖.๒.๑๕ จัดทำบัตรแสดงตนของผู้จัดแสดงสินค้า, เจ้าหน้าที่ด้านต่างๆ ให้ชัดเจน

๖.๒.๑๖ จัดทำคู่มือชี้แจงให้ผู้ประกอบการสำหรับการเข้าเตรียมพื้นที่ในการจัดงาน

๖.๒.๑๗ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน อาทิ ค่าเช่าสถานที่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าธรรมเนียม ต่างๆ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

๖.๓ พิธีเปิดงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดพิธีเปิดงานให้มีความน่าสนใจและประทับใจ สอดคล้องกับแนวคิด ของการจัดงานและกิจกรรมภายในงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) ประธาน..... *hr* (๒) กรรมการ..... *hr* (๓) กรรมการ..... *วทร๑๒*
(๔) กรรมการ..... *ธนา* (๕) กรรมการ..... *พ/ว*

๖.๓.๑ สร้างสรรค์พิธีเปิดงานให้มีความน่าสนใจ พร้อมทั้งจัดเตรียมความพร้อมด้านต่างๆ อาทิ ที่นั่งรับรองแขก VIP ไม่น้อยกว่า ๘ ที่นั่ง ที่นั่งแขก VIP ไม่น้อยกว่า ๔๐ ที่นั่ง สถานที่จอดรถและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๖.๓.๒ จัดให้มีกิจกรรมการแสดงที่สอดคล้องกับแนวคิดการจัดงาน

๖.๓.๓ จัดเตรียมระบบแสง สี และเสียง พร้อมอุปกรณ์และเจ้าหน้าที่ควบคุม

๖.๓.๔ จัดหาผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร) ที่เป็นที่รู้จัก และมีประสบการณ์ เพื่อดำเนินพิธีการเปิดงาน จำนวนอย่างน้อย ๑ คน

๖.๓.๕ จัดทำกำหนดการ รูปแบบกิจกรรม ลำดับพิธีการ ค่ากล่าวรายงานสำหรับพิธีเปิดงาน

๖.๓.๖ จัดให้มีจุดลงทะเบียน พร้อมตกแต่งให้สวยงาม และเจ้าหน้าที่ประจำจุดลงทะเบียน จำนวน ไม่น้อยกว่า ๔ คน

๖.๓.๗ จัดเตรียมพื้นที่สำหรับสื่อมวลชนในการบันทึกภาพบรรยากาศการจัดงาน

๖.๓.๘ จัดหาของที่ระลึกสำหรับผู้บริหารและแขก VIP ไม่น้อยกว่า ๓๐ ชุด โดยผู้รับจ้างจะต้อง นำเสนอของที่ระลึก ไม่น้อยกว่า ๓ แบบ โดยมีมูลค่าชุดละไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ บาท เพื่อให้กรมฯ พิจารณาคัดเลือก

๖.๓.๙ จัดหาของที่ระลึกสำหรับแขกที่มาร่วมงาน และสื่อมวลชน ไม่น้อยกว่า ๑๒๐ ชุด โดยผู้รับจ้าง จะต้องนำเสนอของที่ระลึก ไม่น้อยกว่า ๓ แบบ โดยมีมูลค่าชุดละไม่น้อยกว่า ๒๐๐ บาท เพื่อให้กรมฯ พิจารณาคัดเลือก

๖.๓.๑๐ จัดเตรียมของว่างและเครื่องดื่ม ที่นำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ของงานผลไม้เมืองร้อน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ชุด

๖.๓.๑๑ จัดหาเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน พร้อมอุปกรณ์และทีม บันทึกภาพเคลื่อนไหวเพื่อบันทึกภาพสดภายในงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ กล้อง



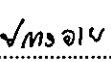
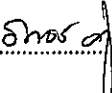

๖.๔ งานประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์

๖.๔.๑ ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการรับรู้การจัดกิจกรรมสนับสนุนโครงการฯ ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านสื่อต่างๆ ในช่วงระยะเวลาอย่างเหมาะสมและ มีความต่อเนื่องและสามารถตอบวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด ซึ่งประกอบด้วย

๑) การเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์

๑.๑) พุดประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการฯ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที ในช่วงเวลา ๐๗.๐๐-๒๒.๐๐ น. ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ที่เป็นช่องได้รับความนิยมสูงอยู่ในอันดับ ๑-๑๐ ของสถานีโทรทัศน์ เช่น ช่อง ๓HD ช่อง ๗ ช่อง Work Point ช่อง ๘ ช่อง ไทยรัฐ ช่อง MONO ช่อง ONE และช่องอัมรินทร์ จำนวน ไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง

๑.๒) สัมภาษณ์ผู้บริหารหรือผู้แทน เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเนื้อหาการจัดกิจกรรม โครงการฯ ความยาวไม่น้อยกว่า ๕ นาที ในช่วงเวลา ๐๗.๐๐-๒๑.๐๐ น. ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ประเภทรายการ ข่าวที่ได้รับความนิยมสูงอยู่ในอันดับ ๑-๑๐ ของสถานีโทรทัศน์ เช่น ช่อง ๓ HD ช่อง ๗ ช่อง Work Point ช่อง ๘ ช่องไทยรัฐ ช่อง MONO ช่อง ONE และช่องอัมรินทร์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

(๑) ประธาน..... (๒) กรรมการ..... (๓) กรรมการ.....
(๔) กรรมการ..... (๕) กรรมการ.....

๒) การผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อวิทยุ

๒.๑) จัดทำสโปตวิทยุประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการฯ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวนรวม ๑ เรื่องๆ พร้อมเพลงประกอบ

๒.๒) เผยแพร่สโปตวิทยุผ่านทางคลื่นวิทยุกรุงเทพฯ ในระบบ FM ที่ได้รับความนิยมสูง อยู่ในอันดับ ๑-๑๐ ของสถานีวิทยุ ในช่วงเวลา ๐๖.๐๐-๒๒.๐๐ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สถานี เช่น FM ๙๕.๐ FM ๑๐๓.๕ FM ๑๐๐ FM ๙๓.๐ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง

๒.๓) พุดประชาสัมพันธ์สนับสนุนกิจกรรมโครงการฯ ผ่านทางคลื่นวิทยุกรุงเทพฯ ในระบบ FM ที่ได้รับความนิยมสูง อยู่ในอันดับ ๑-๑๐ ของสถานีวิทยุ ในช่วงเวลา ๐๗.๐๐-๒๒.๐๐ น. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง เช่น FM. ๙๕.๐ FM. ๑๐๓.๕ FM ๑๐๐ FM ๙๓.๐

๓) การผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์

๓.๑) ออกแบบอาร์ตเวิร์คสำหรับลงในสื่อสิ่งพิมพ์ ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๒๐ คอลัมน์นิ้ว ๔ สี เพื่อใช้เผยแพร่เชิญชวนกลุ่มเป้าหมายร่วมกิจกรรมฯ

๓.๒) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการฯ ผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูง อยู่ในอันดับ ๑-๓ ของหนังสือพิมพ์ที่มียอดพิมพ์จำหน่ายจำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐๐,๐๐๐ ฉบับ ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๒๐ คอลัมน์นิ้ว ๔ สี เนื้อใน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด

๔) การผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล

๔.๑) ผลิตสโปต จำนวน ๑ เรื่อง ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที สำหรับใช้เผยแพร่ในจอ LED หรือ LCD หรือ PIDs และในสื่อออนไลน์

๔.๒) เผยแพร่โฆษณาทางสื่อดิจิทัลเป็นภาพเคลื่อนไหวความยาว ๓๐ วินาที ขนาดรวมไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ตารางเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ป้าย โดยเผยแพร่จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑,๕๐๐ ครั้ง บริเวณที่มีการจราจรหนาแน่น ก่อนและระหว่างการจัดงาน จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน

๕) การผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์

๕.๑) ผู้รับจ้างจะต้องพัฒนาหรือจัดหา หรือเช่า Platform ที่รองรับการทำ Online event นี้ ซึ่งจะต้องมีจำนวน Database ไม่น้อยกว่า ๑ ล้านรายชื่อ (หรือไม่น้อยกว่า ๑ ล้าน Download ในกรณีที่ Platform ดังกล่าวเป็น Application) โดยที่ Platform ดังกล่าวจะต้องรองรับการจัดทำกิจกรรมออนไลน์ในครั้งนี้

๕.๒) การจัดทำกิจกรรมออนไลน์ (Online event) ผู้รับจ้างจะต้อง ศึกษา ออกแบบ และจัดทำกิจกรรมออนไลน์ (online event) สำหรับประชาสัมพันธ์งานแสดงและจำหน่ายผลไม้เมืองร้อนโลก (World Tropical Fruit Festival) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ กิจกรรม ที่กระตุ้นให้เกิดการแชร์กิจกรรมหรือเนื้อหาการประชาสัมพันธ์โครงการนี้ออกไปสู่สังคมออนไลน์ โดยกิจกรรมออนไลน์นี้จะต้องประกอบด้วยรายละเอียดงานดังนี้

๕.๒.๑) ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบแนวคิด ที่สร้างสรรค์ พร้อมนำเสนอให้คณะกรรมการฯ เห็นถึงลูกเล่นทางเทคโนโลยี หรือทางการออกแบบ ที่จะมีส่วนทำให้กลุ่มเป้าหมายทางออนไลน์ ได้เข้ามาให้ความสนใจกับกิจกรรมออนไลน์นี้ได้

(๑) ประธาน..... (๒) กรรมการ..... (๓) กรรมการ.....
(๔) กรรมการ..... (๕) กรรมการ.....

๕.๒.๒) ผู้รับจ้างต้องนำเสนอแผนงานการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ และกลยุทธ์ การสร้างความรู้จักให้กับกลุ่มเป้าหมายทางออนไลน์ ให้เข้าถึง และรู้จักโครงการกิจกรรมออนไลน์นี้เมื่อมีการ เปิดตัวขึ้น

๕.๒.๓) ดำเนินการ พัฒนา สร้างสรรค์ และเปิดตัวกิจกรรมออนไลน์ (online event) ที่กระตุ้นให้ประชาชนทั่วไปได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมออนไลน์นี้ ด้วยการกระจาย (แชร์) โครงการนี้ รวมถึง ข้อความประชาสัมพันธ์ถึงการจัดงานแสดงและจำหน่ายผลไม้เมืองร้อนโลก ครั้งนี้ ออกไปสู่สังคมออนไลน์ (Social media) ของแต่ละคน

๕.๒.๔) กิจกรรมออนไลน์นี้จะต้องสามารถนำกลุ่มเป้าหมายเดินเช็คอิน (Check-in) ไปยังจุดที่กำหนดไม่น้อยกว่า ๕ จุดที่กระจายอยู่ในบริเวณต่างๆ ของงาน โดยในแต่ละจุดดังกล่าวจะต้องมี เทคโนโลยีที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายสนุกกับการแชร์กิจกรรม ที่มีข้อความประชาสัมพันธ์งานแสดงและจำหน่ายผลไม้ เมืองร้อนโลก (World Tropical Fruit Festival) นี้โดยมีข้อมูลส่วนบุคคลที่เกิดจากการลงทะเบียนในฐานะข้อมูล ออนไลน์ โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอหลักฐานตัวอย่างงานในรูปแบบเดียวกันนี้ที่เคยดำเนินการสำเร็จและมี หลักฐานยืนยันความสำเร็จในงานอื่นๆ ที่ผ่านมา ที่ใช้ความสามารถทางการวางกลยุทธ์และใช้เทคโนโลยีที่ เหมาะสมในการดึงดูดให้ ผู้เที่ยวชมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ คนที่เข้าร่วมกิจกรรม ร่วมเล่นในกิจกรรมที่ สร้างสรรค์ขึ้น พร้อมกับยินดีให้ข้อมูลส่วนบุคคล (ด้วยการ Log in) ในกิจกรรมที่นำเสนอเป็นหลักฐานดังกล่าวนี้ โดยมีภาพถ่ายจากสถานที่จริงและข้อมูลยืนยันที่ตรวจสอบได้

๕.๒.๕) ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอตัวอย่างความสำเร็จของกิจกรรมออนไลน์ (online event) ที่จะนำมาใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ โดยจะต้องมีข้อมูลความสำเร็จจากกิจกรรมใดๆ ในอดีตที่มีการแชร์ (Share) มาแล้วมากกว่า ๓๐,๐๐๐ ครั้ง และเป็นตัวอย่างที่มีหลักฐานที่ตรวจสอบได้จริง

๕.๒.๖) การประเมินความสำเร็จของโครงการนี้ในส่วนของกิจกรรมออนไลน์ (Online event) ที่จัดสร้างขึ้นนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการผลักดันให้เกิดการแชร์กิจกรรมออนไลน์ (Online event) ที่มีกิจกรรมจัดทำเนื้อหา (Content) และกิจกรรมออนไลน์ (online event) โดยมีจำนวนการแชร์ (Share) รวมไม่น้อยกว่า ๓๐,๐๐๐ ครั้ง โดยการแชร์ดังกล่าวจะต้องเป็นการแชร์ขึ้นบนโซเชียลมีเดีย และจะต้องมีผู้เข้าร่วม เช็คอิน (Check-in) ณ จุดกิจกรรมภายในงานไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ ครั้ง โดยมีผู้ร่วมกิจกรรม (User) ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ คนเข้าร่วมเล่นกิจกรรมนี้ โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบรายงานข้อมูลการแชร์ และข้อมูลการ Check-in โดยประกอบด้วยข้อมูลบัญชีผู้แชร์และผู้เช็คอิน หรือ หมายเลขเครื่อง (อาทิเช่น Facebook ID หรือ IP address หรือ หมายเลข Device Token ของอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ) หรือส่งมอบข้อมูลรายงานที่ได้มาจาก ตัวกลางที่อ้างอิงได้ และเชื่อถือได้ว่ามีการแชร์และเช็คอินเกิดขึ้นจริง

๕.๓) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

๕.๓.๑) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกแบบจัดทำ Digital Banner ขนาด ๗๒๘x๙๐, ๓๐๐x๒๕๐, ๒๕๐x๒๕๐, ๘๑๕x๓๑๕ และ ๑๐๘๐x๑๐๘๐ พิกเซล จำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๕ รูปแบบ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือประกอบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (ระบุในข้อ ๕.๒ และ ๕.๓)

(๑) ประธาน..... *หจ* (๒) กรรมการ..... *หจ* (๓) กรรมการ..... *จ.ทอง*
(๔) กรรมการ..... *ธนา* (๕) กรรมการ..... *หจ*

๕.๓.๒) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ด้วยการวาง Banner ประชาสัมพันธ์บน Website ที่มีชื่อเสียงจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ websites และทำการซื้อสื่อประชาสัมพันธ์ (Paid ad) โดยจะต้องมีการเห็นไม่น้อยกว่า ๒.๕ ล้านครั้งการเห็น (๒.๕ ล้าน Impression) และต้องนำเสนอรายงานผ่านระบบการตรวจสอบโดยระบบที่เชื่อถือได้ อาทิ Google analytic และจะต้องประชาสัมพันธ์ในช่วงระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๒ สัปดาห์ก่อนการจัดงานและตลอดช่วงเวลาการจัดงาน

๕.๓.๓) การประชาสัมพันธ์บน Social media ที่สำคัญ อาทิเช่น Facebook ด้วยการจัดทำแคมเปญสื่อส่งเสริมการตลาดด้วยการซื้อสื่อประชาสัมพันธ์ (Paid ad) โดยจะมีการเห็นการประชาสัมพันธ์ต่างๆ เหล่านี้จำนวนไม่น้อยกว่า ๒.๕ ล้านครั้ง (๒.๕ ล้าน Impression) ในช่วงระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๒ สัปดาห์ก่อนการจัดงานและตลอดช่วงเวลาการจัดงาน

๖) จัดกิจกรรมแถลงข่าวเปิดตัวงานผลไม้เมืองร้อนโลก (World Tropical Fruit Festival)

๖.๑) การจัดเตรียมงานแถลงข่าว

๖.๑.๑) กำหนดรูปแบบและแนวคิดในการจัดงานแถลงข่าว ที่สอดคล้องกับงานผลไม้เมืองร้อนโลก (World Tropical Fruit Festival)

๖.๑.๒) สร้างสรรค์กิจกรรม ออกแบบและวางผังงาน ให้มีความน่าสนใจและสอดคล้องกับลักษณะงาน

๖.๑.๓) จัดเตรียมที่นั่งรับรองแขก VIP ไม่น้อยกว่า ๑๒ ที่นั่ง และที่นั่งสำหรับผู้ร่วมงานไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ที่นั่ง

๖.๑.๔) ออกแบบและตกแต่งเวทีขนาดไม่น้อยกว่า ๓ x ๒ เมตร โดยออกแบบเวทีให้มีความสวยงามและสอดคล้องกับการจัดงาน พร้อมใช้เทคนิคระบบแสง สี และเสียงให้มีความน่าสนใจ

๖.๑.๕) จัดหาผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียง จำนวนอย่างน้อย ๑ คน โดยต้องมีการจัดทำบทดำเนินรายการ (Script) และนำเสนอให้ผู้ว่าจ้างเป็นผู้พิจารณาล่วงหน้า

๖.๑.๖) จัดให้มีจุดลงทะเบียน พร้อมตกแต่งให้สวยงาม และเจ้าหน้าที่ประจำจุดลงทะเบียนและเจ้าหน้าที่ต้อนรับ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ คน

๖.๑.๗) จัดหาของที่ระลึกสำหรับแขก VIP และผู้มาร่วมงาน ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด มูลค่าชุดละไม่น้อยกว่า ๑๐๐ บาท

๖.๑.๘) จัดหาของที่ระลึกสำหรับ สื่อมวลชน ไม่น้อยกว่า ๕๐ ชุด มูลค่าชุดละไม่น้อยกว่า ๒๐๐ บาท

๖.๑.๙) จัดหาของว่างและเครื่องดื่มจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ชุด

๖.๑.๑๐) จัดแสดงตัวอย่างผลไม้เมืองร้อน โดยจัดหาอุปกรณ์พร้อมผลไม้เมืองร้อนในการจัด Display บนพื้นที่ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๐ ตารางเมตร พร้อมทั้งปูพรมพื้นที่จัดแสดง Display ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๐ ตารางเมตร

๖.๑.๑๑) จัดให้มี Backdrop ขนาดไม่น้อยกว่า ๒.๔ x ๒.๔ เมตร สำหรับถ่ายภาพ จำนวน ๑ จุด

(๑) ประธาน..... *hr* (๒) กรรมการ..... *Miss* (๓) กรรมการ..... *จ.ทอง*
(๔) กรรมการ..... *ธนากร* (๕) กรรมการ..... *น.น.*

๖.๒) การประชาสัมพันธ์ในงานแถลงข่าว ดังนี้

๖.๒.๑) จัดทำกำหนดการงานแถลงข่าวให้แก่ผู้ร่วมงานแถลงข่าว พร้อมจัดทำคำแถลงให้แก่ประธาน

๖.๒.๒) จัดเตรียมประเด็นคำถาม - คำตอบสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหาร และให้มีการจัดสัมภาษณ์ผู้บริหารภายในงานแถลงข่าว

๖.๒.๓) บริหารจัดการเชิญและอำนวยความสะดวกให้สื่อมวลชนเข้าร่วมงานแถลงข่าว จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๒๐ สื่อ พร้อมจัดทำข่าวแจก (Press Release)

๖.๒.๔) จัดให้มีการสัมภาษณ์ผู้บริหารในงานแถลงข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ ในรูปแบบสื่อบันทึกข่าว โดยเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์หรือออนไลน์ต่างๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สื่อ

๖.๒.๕) จัดทำข่าว/ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ เผยแพร่กิจกรรม จากงานแถลงข่าว โดยได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อออนไลน์ต่างๆ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน

๖.๒.๖) ติดตามการรายงานผลจากสื่อมวลชนที่ได้รับการเผยแพร่รายงานแถลงข่าว (News Clipping) ทั้งสื่อออนไลน์และออนไลน์

๗) การประชาสัมพันธ์ช่วงหลังการจัดงาน

๗.๑) จัดทำ Press Release เผยแพร่หลังการจัดงาน ประมวลภาพบรรยากาศของการจัดงาน และรับรองการเผยแพร่ในสื่อออนไลน์และสื่อออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน

๗.๒) ติดตามการรายงานผลจากสื่อมวลชนที่ได้รับการเผยแพร่ (News Clipping) ทั้งสื่อออนไลน์และออนไลน์

๖.๔.๒) จัดทำวีทีอาร์ประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทย

จัดทำวีทีอาร์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที สำหรับใช้ประกอบพิธีเปิดงานและประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพภายในบริเวณงาน โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพรวมอุตสาหกรรมผลไม้ของประเทศไทย นโยบายภาครัฐและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมผลไม้ และการดำเนินงานด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมผลไม้ของกระทรวงพาณิชย์ การแสดงอรรถประโยชน์และคุณค่าของผลไม้ไทย ทั้งนี้ คลิปวิดีโอจะต้องสามารถเลือกแสดงบทบรรยายเป็นภาษาต่างๆ ได้ไม่น้อยกว่า ๓ ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๖.๔ ให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ

๖.๕ การประเมินผลการจัดงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดทำแบบสอบถาม พร้อมทั้งรายงานจำนวนผู้เข้าร่วมงาน ยอดจำหน่ายสินค้า ยอดเจรจาธุรกิจภายในงานและความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานในด้านต่างๆ พร้อมทั้งรายงานวิเคราะห์และสรุปปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการจัดกิจกรรม

(๑) ประธาน..... *lw* (๒) กรรมการ..... *Mis* (๓) กรรมการ..... *๗/๓๖๐๑๔*
(๔) กรรมการ..... *๑๓๐๘ ๗* (๕) กรรมการ..... *๓๖*

๗. แผนการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานตามรูปแบบการจัดงานที่กำหนดไว้ในสัญญาจ้าง ทุกประการโดยผู้รับจ้างจะต้องจัดทำเป็นรายงานสรุป จำนวน ๓ ชุด เพื่อแสดงการดำเนินงานพร้อมภาพถ่าย และข้อมูลภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ลงในหน่วยความจำแบบพกพา จำนวน ๕ ชุด ประกอบเป็นหลักฐาน โดยต้อง ส่งมอบให้ผู้สั่งจ้างภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากการจัดงานแล้วเสร็จตามรายละเอียดที่กำหนดไว้

๘. เกณฑ์การพิจารณาผู้มีสิทธิเสนอราคา/ขั้นตอนการตัดสิน

๘.๑ ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ตาม ข้อ ๕ จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคต่อไป

๘.๒ ผู้เสนอราคาต้องจัดทำข้อเสนอทางเทคนิคที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานที่จ้างและ ต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วน โดยเรียงลำดับตามขอบเขตการดำเนินการ (TOR) ทั้งนี้ ข้อเสนอทางเทคนิคจะต้อง แสดงถึงแนวคิดที่สร้างสรรค์ ความชำนาญการ และความรู้ความสามารถในการดำเนินงานตามขอบเขตการ ดำเนินงานที่กำหนด ซึ่งผู้เสนอราคาต้องจัดทำเอกสารในรูปแบบไฟล์ Portable Document Format (PDF) รวมทั้งผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความถูกต้องและชัดเจนของเอกสารที่จะใช้เสนอราคาให้แล้ว เสร็จก่อนกำหนดวันยื่นเสนอราคา โดยข้อเสนอทางเทคนิคต้องมีรายละเอียดเนื้อหาต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้

๘.๒.๑ ประวัติการทำงานและผลงานในลักษณะเดียวกันที่ผ่านมาของผู้เสนอราคา

๘.๒.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด รูปแบบการดำเนินงาน และรายละเอียดงานที่มีเนื้อหาถูกต้อง ครบถ้วนครอบคลุมเนื้อหาไม่น้อยกว่าขอบเขตการดำเนินงานที่ระบุไว้ในข้อ ๖ พร้อมทั้งเรียงลำดับเนื้อหาตามที่ ปรากฏในขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (TOR)

๘.๒.๓ แผนปฏิบัติงาน/ตารางเวลา (Action plan)

ทั้งนี้ กรมฯ จะนำเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคข้างต้นไปเป็นเอกสารแนบท้ายสัญญาจ้างเพื่อ ประกอบการตรวจรับงานจ้าง

๘.๓ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคของ ผู้เสนอราคาตามข้อ ๘.๒ และคัดเลือกผู้ชนะการประกวดราคาจากผู้เสนอราคาที่มีคุณสมบัติครบถ้วนและได้รับ คะแนนประเมินในภาพรวมสูงที่สุด โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price.Performance) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยการประเมิน ๒ ปัจจัยหลัก โดยมีคะแนนรวม ๒ ปัจจัยหลักเท่ากับ ๑๐๐ คะแนน ดังนี้

๘.๓.๑ คุณภาพงานที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ กำหนดสัดส่วนคะแนนเท่ากับ ๘๐ คะแนน โดยมี มิติการให้คะแนน ดังนี้

- (๑) แนวคิดในการออกแบบ (Concept) และรูปแบบ (Theme) ที่เสนอ ๒๕ คะแนน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รวมทั้ง การออกแบบผังงานในแต่ละโซน/โครงสร้างการออกแบบเวที/ฉากเวที/ออกแบบ และตกแต่งบริเวณทางเข้า/ออกงานบริเวณจัดงาน (รูปเล่ม)

(๑) ประธาน..... *hr* (๒) กรรมการ..... *Amis* (๓) กรรมการ..... *จ.ทว.๑๖*
(๔) กรรมการ..... *ธนากร ก.* (๕) กรรมการ..... *ป.น.*

- (๒) สถานที่จัดงาน (รูปเล่ม) ๒๕ คะแนน
- (๓) การเสนอรายละเอียดแต่ละกิจกรรม (รูปเล่ม) ๑๕ คะแนน
- (๓.๑) กิมมิกในพิธีเปิดงาน ๕ คะแนน
- (๓.๒) แนวคิดการสร้างสรรค์กิจกรรมภายในงาน ๕ คะแนน
ที่สอดคล้องกับรูปแบบงาน
- (๓.๓) แผนกลยุทธ์การเลือกสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ ๕ คะแนน
และเทคนิคการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- (๔) ความพร้อมและประสบการณ์ของผู้รับจ้าง ๑๕ คะแนน
- (๔.๑) ประวัติการทำงาน ที่มบคูลากร และผลงานฯ ๕ คะแนน
- (๔.๒) การนำเสนอแนวคิดภาพรวมของโครงการฯ ๑๐ คะแนน
ต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการจ้างฯ (Present)
- คะแนนรวมคุณภาพงานที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ ๘๐ คะแนน

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องได้รับคะแนนคุณภาพงานที่เป็นประโยชน์ต่อราชการไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ (๖๔ คะแนนขึ้นไป) จึงจะได้รับการพิจารณาประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามปัจจัยหลัก และคะแนนตามที่กำหนดในข้อ ๘.๓.๒ ต่อไป

๘.๓.๒ ราคาที่ยื่น (Price) กำหนดสัดส่วนคะแนนเท่ากับ ๒๐ คะแนน

๙. ระยะเวลาดำเนินการ

๑๘๐ วันนับถัดจากลงนามในสัญญา

๑๐. งบประมาณ

จำนวนเงิน ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ยี่สิบล้านบาทถ้วน)

๑๑. การชำระค่าจ้าง และการปรับลดค่าจ้าง

๑๑.๑ กรมการค้าภายใน จะชำระเงินค่าจ้างเต็มจำนวน เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานได้ถูกต้องและครบถ้วนตามสัญญาภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากการจัดงานแล้วเสร็จ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ดำเนินการตรวจรับงานที่ส่งมอบเสร็จเรียบร้อยแล้ว พร้อมทั้งได้รับความเห็นชอบจากกรมการค้าภายในเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

๑๑.๒ หากผู้รับจ้างไม่ดำเนินการหรือดำเนินการจัดส่งหลักฐานการส่งมอบงานจ้างล่าช้ากว่าระยะเวลาที่กำหนดในสัญญาว่าจ้างเอกชนดำเนินงาน หรือระยะเวลาที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ กำหนด แล้วแต่กรณี ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับส่งมอบงานล่าช้าเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๐๑ ของราคางานจ้าง

(๑) ประธาน..... *W* (๒) กรรมการ..... *Lu's* (๓) กรรมการ..... *จก ๑๐๑๖*
(๔) กรรมการ..... *Other of* (๕) กรรมการ..... *น.จ.*

๑๑.๓ ในกรณีที่ผู้รับจ้างดำเนินงานไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงานหรือเงื่อนไขอื่นใดที่กำหนดในสัญญาว่าจ้างเอกชนดำเนินงาน ผู้ว่าจ้างจะดำเนินการปรับลดวงเงินค่าจ้างในส่วนที่ผู้รับจ้างดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนดังกล่าว และผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๐๑ ของราคางานจ้าง โดยการคำนวณค่าปรับจะนับระยะเวลาตั้งแต่วันที่ครบกำหนดส่งมอบงานตามวงงานนั้นจนถึงวันที่ดำเนินการแล้วเสร็จ

๑๒. หน่วยงานรับผิดชอบ

กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร ๑ กรมการค้าภายใน

.....

(๑) ประธาน..... *hr* (๒) กรรมการ..... *hiss* (๓) กรรมการ..... *v/mootu*
(๔) กรรมการ..... *shoraj* (๕) กรรมการ..... *hr*